

学校编码: 10384

学 号: X2006155050



分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

UDC\_\_\_\_\_

廈門大學

硕 士 学 位 论 文

七匹狼集团工业旅游发展对策研究

A Research on the Development Strategies of Industrial  
Tourism for The group of Septwolves

黄 若 凡

指导教师姓名: 周波副教授

专 业 名 称: 工商管理 (MBA)

论文提交日期: 2014 年 4 月

论文答辩时间: 2014 年 月

学位授予日期: 2014 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2014 年 4 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题（组）的研究成果，获得（ ）课题（组）经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年月日

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

( ) 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于年月日解密，解密后适用上述授权。

( ) 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年月日

## 摘要

七匹狼集团是我国男装知名品牌，面对国内中高端男装市场的激烈竞争，近年来七匹狼将工业旅游纳入了战略规划体系，试图通过工业旅游提升企业经济效益、促进产品创新及产业优化、传播企业文化和内涵、提高品牌知名度。本文采取实地调查、座谈交流和案例研究等方法，分析了七匹狼工业旅游发展中遇到的问题，然后借鉴成功的工业旅游案例，系统地提出七匹狼发展工业旅游的对策。

首先，全面回顾、总结国内外关于工业旅游相关文献资料及理论；然后，全面了解七匹狼工业旅游发展现状，包括已有的各种旅游活动、项目和所提供的服务等，并对七匹狼工业旅游游客市场进行调查，了解市场构成及游客满意度，从而分析当前七匹狼集团在工业旅游中存在的问题，如产品单一、缺乏体验性、客源市场有待进一步开发、推广和宣传力度不够、上下游产业链融合缺失、缺乏与其他旅游资源合作等，以此作为提出企业发展对策的重要依据；接着，以国内发展工业旅游的知名企业青岛啤酒和海尔为例，分析他们在发展工业旅游中所面临的问题及发展对策；最后，针对七匹狼工业旅游存在的问题，从企业自身、政府支持、企业联合、社区支持等四个方面提出七匹狼发展工业旅游的对策。

本文的研究意义和创新之处主要有：第一，从战略管理的角度分析七匹狼集团的工业旅游发展，融合社区参与、游客满意度、体验经济等相关理论，以实际案例提出工业企业发展工业旅游的对策，进一步丰富相关研究，为今后其他企业发展工业旅游提供理论借鉴；第二，在实践中，可以为晋江市其他企业发展工业旅游提供借鉴，有效整合和带动晋江各项旅游资源，丰富工业旅游的内容，充分发挥工业旅游的多重效益，推动晋江市旅游和文化产业的繁荣和发展，推动现代服务业的发展。

**关键词：**七匹狼；工业旅游；发展对策

## **Abstract**

Septwolves is a well-known brand of men's clothing in China. In recent years, the group of Septwolves involved industrial tourism into their strategic planning against the fierce competition in medium and top grade men's clothing domestic market. Through field investigation and meeting, this paper provides an analysis of current situation of industrial tourism in Septwolves. This paper also tries to explore the strategy of the industrial tourism development via case study.

Firstly, the writer take a comprehensive review of worldwide industrial tourism related literature and theory. Secondly, this paper offers the latest information of the current situation of Septwolves industrial tourism development including the existing tour activities, projects, and service provided. With the survey of the Septwolves industrial tourism consumer market, this paper reflects the market construction and satisfaction degrees of tourist and finds out the several problems in the Septwolves industrial tourism development in order to explore the strategy. The problems including lack of product diversity, insufficient customer experience, target customer market requires further development, promotion shortage, absence of industry chain merging and combine of other tourism resource, etc. Thirdly, this paper takes Tsingdao Beer and Haier Group as examples, analyzing the problems and strategies of their industrial tourism. Lastly, against the problems addressed above, this paper provides a method of developing the Septwolves industrial tourism from fours aspects including enterprise inner strategy, government support, corporation association, and community public.

This paper achieves two goals in terms of innovations as below: On one hand , this paper analyzing Septwolves industrial tourism development from the strategy management view. On the other hand, this paper can guide other enterprises in Jinjiang to develop industrial tourism practically.

**Key words:** The group of Septwolves; Industrial tourism; Development strategies

# 目录

<b>第 1 章 绪论 .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 研究背景 .....</b>	<b>1</b>
1.1.1 政府政策支持 .....	1
1.1.2 旅游需求多样化 .....	2
1.1.3 工业企业品牌战略需求 .....	2
<b>1.2 研究问题 .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 研究意义 .....</b>	<b>4</b>
1.3.1 理论意义 .....	4
1.3.2 实践意义 .....	4
<b>1.4 研究综述 .....</b>	<b>6</b>
1.4.1 国外研究综述 .....	6
1.4.2 国内研究综述 .....	7
1.4.3 研究述评 .....	9
<b>1.5 研究方法 .....</b>	<b>9</b>
<b>1.6 研究思路及技术路线 .....</b>	<b>10</b>
1.6.1 研究思路 .....	10
1.6.2 技术路线 .....	11
<b>第 2 章 概念界定与理论基础 .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 工业旅游概述 .....</b>	<b>12</b>
2.1.1 工业旅游概念和特征 .....	12
2.1.2 工业旅游特征 .....	13
2.1.3 工业旅游类型 .....	14
<b>2.2 理论基础 .....</b>	<b>15</b>
2.2.1 社区参与理论 .....	15
2.2.2 游客满意度理论 .....	16
2.2.3 体验经济理论 .....	16
<b>第 3 章 七匹狼工业旅游发展现状分析 .....</b>	<b>18</b>

3.1 七匹狼品牌战略环境概述 .....	18
3.1.1 七匹狼企业发展概述 .....	18
3.1.2 内部环境：创新的品牌战略管理 .....	19
3.1.3 外部环境：机遇与挑战同在 .....	20
3.1.4 同业竞争者：竞争激烈 .....	20
3.1.5 潜在竞争者：高端男装进入壁垒高 .....	21
3.1.6 替代品：高端男装进入壁垒高 .....	21
3.2 七匹狼工业旅游客源市场分析 .....	21
3.2.1 七匹狼工业旅游的整体设计 .....	22
3.2.2 七匹狼工业旅游客源市场分析 .....	27
3.2.3 七匹狼工业旅游满意度分析 .....	39
3.4 七匹狼工业旅游存在问题探究 .....	42
3.4.1 产品形式单一，缺乏体验性 .....	42
3.4.2 客源市场有待进一步开发 .....	42
3.4.3 推广和宣传力度不够 .....	43
3.4.4 上下游产业链融合缺失 .....	43
3.4.5 缺乏与其他旅游资源的合作 .....	43
第 4 章 工业旅游开发案例研究 .....	45
4.1 青岛啤酒工业旅游 .....	45
4.1.1 青岛啤酒工业旅游发展情况 .....	45
4.1.2 青岛啤酒工业旅游发展主要对策 .....	45
4.1.3 小结 .....	49
4.2 海尔工业旅游 .....	49
4.2.1 海尔工业旅游发展历史 .....	49
4.2.2 海尔工业旅游主要发展对策 .....	50
4.2.3 小结 .....	51
4.3 本章小结 .....	52
第 5 章 七匹狼工业旅游发展对策 .....	54
5.1 七匹狼企业自身 .....	54
5.1.1 加大投入 .....	54

5.1.2 园区规划	55
5.1.3 工业主题公园	55
5.1.4 深化旅游产品开发	57
5.1.5 举办旅游节事活动	58
5.1.6 工业旅游购物设计	58
5.1.7 加强旅游接待能力	58
<b>5.2 政府支持</b>	<b>59</b>
5.2.1 推广会议、节事活动	59
5.2.2 加强旅游基础设施和配套设施建设	59
5.3.3 大力推行旅游标准化	59
5.4.4 提升服务管理	60
<b>5.3 企业联合</b>	<b>60</b>
5.3.1 加强与旅游企业的合作与联合	60
5.3.2 加强工业企业之间的联合	61
5.3.3 加强与自然、文化旅游资源融合	61
<b>5.4 社区支持</b>	<b>62</b>
<b>第 6 章 总结</b>	<b>63</b>
6.1 总结	63
6.2 不足和未来展望	64
<b>参考文献</b>	<b>66</b>
<b>附 录</b>	<b>70</b>
<b>致谢语</b>	<b>72</b>



# Contents

<b>Chapter1 Introduction .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Background .....</b>	<b>1</b>
1.1.1 Policy support .....	1
1.1.2 Tourism demand Diversification .....	2
1.1.3 Brand strategy .....	2
<b>1.2 Problem introduction.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 Research significance.....</b>	<b>4</b>
1.3.1 Theory meaning .....	4
1.3.2 Practical meaning.....	4
<b>1.4 Summary of research.....</b>	<b>6</b>
1.4.1 Foreign research.....	6
1.4.2 Research at home .....	7
1.4.3 Research Review .....	9
<b>1.5 Research methods .....</b>	<b>9</b>
<b>1.6 Study directions and approach .....</b>	<b>10</b>
1.6.1 Study directions .....	10
1.6.2 Study approach .....	11
<b>Chapter2 Concept and theoretical basis .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Introduction of ndustrial tourism.....</b>	<b>12</b>
2.1.1 Concept.....	12
2.1.2 Characteristics .....	13
2.1.3 Types.....	14
<b>2.2 Theoretical basis.....</b>	<b>15</b>
2.2.1 Community participation .....	15
2.2.2 Tourist satisfication.....	16
2.2.3 Experience economy .....	16
<b>Chapter3 Development status of Septwolves tourism industry .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Summary of strategic environment .....</b>	<b>18</b>
3.1.1 Development of Septwolves tourism industry.....	18

3.1.2 Internal environment.....	19
3.1.3 External environment.....	20
3.1.4 Competitors .....	20
3.1.5 Potential competitors .....	21
3.1.6 Substitutes.....	21
<b>3.2 Analysis of tourist market .....</b>	<b>21</b>
3.2.1 Product design of industrial tourism .....	22
3.2.2 Analysis of tourist market .....	27
3.2.3 Analysis of tourist satisfaction .....	39
<b>3.3 Existing problems of Septwolves industrial tourism .....</b>	<b>42</b>
3.3.1 Lack of product and leisure experience.....	42
3.3.2 Lack of tourist market development .....	42
3.3.3 Lack of further promotions .....	43
3.3.4 Lack of industry chain integration .....	43
3.3.5 Lack of cooperations with other tourism resources.....	43
<b>Chapter4 Case study of successful industrial tourism .....</b>	<b>45</b>
<b>4.1 Tsingtao Brewery Industrial Tourism .....</b>	<b>45</b>
4.1.1 Development of Tsingtao Brewery Industrial Tourism.....	45
4.1.2 Main countermeasures of development.....	45
4.1.3 Brief summary .....	49
<b>4.2 Haier Industrial Tourism .....</b>	<b>49</b>
4.2.1 Development of Haier Industrial Tourism.....	49
4.2.2 Main countermeasures of development.....	50
4.2.3 Brief summary .....	51
<b>4.3 Case summary .....</b>	<b>52</b>
<b>Chapter5 Development strategy of Septwolves industrial tourism ..</b>	<b>54</b>
<b>5.1 Endeavour of Septwolves itself .....</b>	<b>54</b>
5.1.1 Increase investment .....	54
5.1.2 Park planning .....	55
5.1.3 Industrial park.....	55
5.1.4 Tourism product development and improvement .....	57
5.1.5 Tourism festivals and activities .....	58
5.1.6 Shopping design .....	58

5.1.7 Strengthen tourism reception capacity .....	58
<b>5.2 Government support.....</b>	<b>59</b>
5.2.1 Promote conference and festival activities .....	59
5.2.2 Construction tourism infrastructure .....	59
5.2.3 Promote the industrial tourism standardization .....	59
5.2.4 Improve the service management.....	59
<b>5.3 Enterprise cooperations .....</b>	<b>60</b>
5.3.1 Strengthen cooperation with tourism enterprises .....	60
5.3.2 Strengthen cooperation with industrial enterprises.....	61
5.3.3 Strengthen integration with other tourism resources .....	61
<b>5.4 Community support.....</b>	<b>62</b>
<b>Chapter6 Conclusions .....</b>	<b>63</b>
6.1 Summary of main conclusions .....	63
6.2 Research limitations.....	64
<b>Acknowledgements .....</b>	<b>66</b>
<b>References .....</b>	<b>70</b>
<b>Appendix .....</b>	<b>72</b>

## 第 1 章 绪论

### 1.1 研究背景

工业旅游起源于 20 世纪 50 年代的法国，作为工业与旅游业相互渗透和融合的专题旅游活动，近年来逐渐成为新的旅游开发热点。七匹狼集团作为国内知名男装品牌，主业是服装开发、生产、销售，近年来非常重视品牌战略，涉足了鞋业、酒业、表业、房地产开发、金融投资、贸易等多个领域，是一家多元化经营的综合性公司，需要说明的是本文以下所提到的“七匹狼”均指的是七匹狼服饰公司。在政府政策的支持下，近年来，七匹狼集团将工业旅游纳入企业战略规划中，于 2012 年正式启动工业旅游开发，目前其男装博物馆已成为福建省级工业旅游示范点。

#### 1.1.1 政府政策支持

我国的工业旅游虽然起步较晚，但国家一直积极倡导工业企业充分利用自身资源开展工业旅游，努力实现旅游业与第二产业的互促共进。目前我国经营工业旅游项目的工业企业已经遍布全国 29 个省（市、区），越来越多的工业旅游景点加入示范点的队伍。在这个大背景下，泉州市和晋江市各级政府也非常重视工业旅游的发展，积极引导工业企业挖掘潜力，发挥产业优势，培育技术先进、文化创意和体验性强的工业旅游精品。

在《泉州市“十二五”旅游产业发展规划》中，明确提出要推动更多企业开展工业旅游，争取在“十二五”末使国家级和省级工业示范点分别达到 6 家和 10 家，国家级、省级工业旅游示范点旅游质量进一步提升，把晋江市打造成福建省首个工业旅游示范区，唱响泉州工业旅游品牌，使泉州成为海西主要的工业旅游目的地。同样，《晋江市旅游业“十二五”发展规划》也提出了要“建成环境优美、文化多彩、产品丰富、体系完善、集散便捷、服务精致、形象鲜明的福建省工业旅游示范区”的发展目标，这为七匹狼集团发展工业旅游提供了良好的政策环境。

### 1.1.2 旅游需求多样化

随着生活水平的提升，人们对旅游产品的要求也越来越高，从单一的观光游览向休闲、度假、体验、学习的多样化旅游需求转化，旅游活动的内涵与形式也日益丰富。工业旅游既注重知识的传播，又注重旅游的休闲与体验，是一种新型复合型旅游活动，能够为旅游者带来多样化的旅游体验。

旅游需求的多样化给工业旅游带来了一定的客源市场。当然，伴随着晋江市经济的快速发展，其旅游客源市场潜力巨大。晋江市经济发达，中小型制造企业众多，经济实力较强，本地市民消费能力很强，因此发展工业旅游有着很大的客源市场。同时，祖籍晋江的华侨、华人和台港澳同胞有 200 多万人，广大侨胞也是工业旅游发展的主要客源市场之一。此外，随着“品牌晋江”影响的不断扩大，晋江工业旅游在华东、华南、乃至在全国也必将产生影响，形成广大的潜力市场。因此，旅游需求的多样化和广泛的客源市场为七匹狼工业旅游的发展奠定了市场基础。

### 1.1.3 工业企业品牌战略需求

市场的需求和市场竞争环境都迫切要求企业进行品牌战略。

随着生产力的不断提高，工业制造业产品的功能属性趋于同质，人们越发看中品牌文化内涵和情感体验。市场需求的变化影响了企业的经营目的和方式，品牌定位、品牌形象，品牌文化内涵的确立和塑造日渐得到经营者的关注，逐渐成为企业管理的重点。因此，在企业整体战略规划和目标设定中，品牌战略占据越来越重要的地位，对实现企业目标有重大作用。

与此同时，市场激烈的竞争环境也要求工业企业加强品牌战略。随着我国与国际的逐步接轨，大量外资企业看中中国巨大的消费市场，纷纷进驻中国，由于较长的发展时间和先进的发展理念，外国品牌具有良好的品牌形象与品牌内涵，迅速受到了市场的追捧，在品牌营销方面，我国企业相对外资服装品牌处于极为不利的位置，在竞争中处于下风。随着市场需求的变化，产生了新的市场竞争格局，企业之间品牌和文化的竞争优势日渐凸显，品牌战略也成为企业战略管理的重要内容之一。树立并有效传播独特的企业文化是打造企业竞争优势的重要措施之一。国内企业必须迅速适应市场的变化，及时调整经营思路 and 理念，从长远发

展的角度进行规划布局，实施品牌战略，从而在激烈的竞争中立于不败。

旅游本身就是一种文化现象。企业可以借助工业旅游向市场展示其高科技、新工艺，更为重要的是，游客在工业旅游过程中，潜移默化地加深了对企业文化和理念的理解和认识，形成情感上的共鸣，从而提高顾客认同感和忠诚度，因而工业旅游是企业强有力的实施和开展品牌战略的手段之一。

在政府支持、市场需求和企业自身品牌战略需求等因素的驱动下，拥有良好工业旅游资源的国内知名男装品牌七匹狼集团于 2012 年正式开展工业旅游，然而，现阶段七匹狼工业旅游存在的目的更多的是树立企业形象，是宣传企业形象的一种措施，并未真正形成工业旅游品牌，也未形成以工业旅游为核心的新的经营业务，自然就未实现多元化经营效益，工业旅游助力企业实施战略规划的效果并不理想。

## 1.2 研究问题

七匹狼面对的问题，也是众多制造业企业所面对的问题，想要改善和提高工业旅游质量，却不知从何入手。对于拥有良好环境优势和自身优势的工业企业，如何充分利用内外优势，通过有效措施积极开展工业旅游，打造工业旅游品牌，树立品牌形象，增强品牌影响力，形成经济效益，这一问题不仅引起了诸多工业企业的关心，更是学术界关心的热点问题。

基于以上背景，本文研究的问题主要是，寻找七匹狼工业旅游发展中遇到的困惑或者问题，通过借鉴成功的工业旅游案例，系统地提出七匹狼发展工业旅游的对策。首先，调查七匹狼工业旅游发展现状，包括工业旅游产品和客源市场等方面，了解现阶段七匹狼工业旅游存在的问题和发展障碍。再选取国内优秀工业旅游案例进行研究，学习和借鉴其成功经验和运营理念。在此基础上，针对现阶段七匹狼工业旅游存在问题和优秀企业案例的经验学习，系统提出七匹狼工业旅游发展对策，真正实现工业企业多元化经营，树立工业旅游品牌，提升其时尚领袖的品牌文化形象，使品牌形象和定位获得消费者认同，实现社会、经济和环境多重效益。

### 1.3 研究意义

在我国，工业旅游是一个较新的概念和研究领域，有着经济性、社会性等多种效益。本文对七匹狼集团工业旅游发展对策进行研究，在丰富学术理论和指导企业实践等方面，均可有一定贡献。

#### 1.3.1 理论意义

工业旅游连接了第二产业和第三产业。对于企业来说，工业旅游可以成为企业新的发展点，既有利于企业树立良好的形象，提高其知名度和美誉度，又有利于企业进行多元化经营，提升经济效益；对于社会来说，工业旅游可以优化、整合工业资源，丰富旅游产品种类和内容，满足旅游者日益增长的文化需求，同时，可以提供社会就业机会，积极促进产业结构调整 and 升级。在政府倡导和工业企业的积极响应下，工业旅游在我国迅速发展，但与此同时，相关基础理论的研究相对滞后。本文通过对工业旅游国内外研究情况进行系统的梳理和整合，总结和归纳了工业旅游相关理论基础，以进一步丰富工业旅游理论研究成果。同时，通过七匹狼集团工业旅游发展这一案例，结合工业旅游发展实践，形成更具实践意义的理论指导体系，未来还可以指导晋江市其他企业更好地发展工业旅游，有效整合和带动晋江各项旅游资源，拉长旅游产业链，推动晋江市文化产业的繁荣和发展，加快晋江市产业结构转型，使工业与旅游产业、文化产业融合，推动现代服务业的发展；加快晋江市公共服务体系建设，提升晋江城市形象，对周边县市乃至整个福建省的经济发展起到积极的示范作用。

#### 1.3.2 实践意义

本文立足于七匹狼集团经营实际情况，通过实地调研了解七匹狼集团工业旅游的发展现状，分析现阶段存在问题，系统地提出了七匹狼工业旅游发展对策，以期更好地指导七匹狼集团发展工业旅游，使得工业旅游成为七匹狼企业发展的重要战略之一，有效强化其品牌形象，促进其文化和价值观传播，使得七匹狼在国内外服装企业激烈的竞争中脱颖而出。同时，如何将工业的高科技、新工艺和创意与旅游的休闲、娱乐和体验有效融合，使得七匹狼工业旅游具有独一无二的特性，避免其他工业企业的模仿和复制，从而在竞争中获取优势，也是本文重点

考虑的，这将对七匹狼集团整体战略发展具有重大意义。七匹狼开展工业旅游的实际意义如下：

### （1）增加经济效益

七匹狼集团开展工业旅游可以增加直接经济效益：一是销售工业旅游门票；二是通过购物环节销售服装产品或者是旅游纪念品；三是可以通过提供餐饮、住宿、娱乐、交通等服务，增加服务性收入；四是通过工业旅游，树立品牌形象，进行文化传播，整体提升品牌价值和影响力。宝马、大众等汽车工业企业，很早就开展汽车主题工业旅游，吸引大量游客参观和访问，直接提升了企业经济效益。国内青岛啤酒、长春一汽、青岛海尔等的工业旅游也已成为企业的利润点之一，增加了企业的经济效益。

### （2）企业品牌宣传

七匹狼集团在设计和规划工业旅游过程中，可以充分融入和展现品牌内涵、价值和生活理念，将企业规模和环境、科学水平和生产工艺、企业文化等呈现在游客面前，使游客近距离地深入了解企业和产品，让置身于其中的游客能够通过近距离接触企业的环境、产品的种类、企业文化和历史等而感受到企业的文化和内涵，在此过程中可以为企业做免费的宣传，提高客户忠诚度，同时，通过顾客的重复购买和口碑宣传，让更多的人了解、认识和认可七匹狼工业旅游和七匹狼企业。这个过程实质上是老顾客忠诚度的巩固和加强，潜在客户的开发和挖掘过程，从而不断增加企业市场份额。

### （3）了解市场需求

七匹狼开展工业旅游的过程实质上是企业与市场的一个双向互动沟通的过程，企业为游客提供旅游产品和服务，游客也会向企业反馈最新的市场动态和信息，信息可以是对工业旅游发展的意见和建议，也可以是对七匹狼服装的需求和建议。企业可以采取多种有效措施了解市场的实际需求，帮助企业进行产品创新和改进，紧跟时尚潮流及市场发展趋向，进而不断提高产品质量，创新产品设计，开发出功能性更好、品牌价值更高的产品。

### （4）实现产业优化

七匹狼集团发展工业旅游可以促进其实现产业优化，在解决就业和再就业等



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库